

KAPITEL 5 DIE RETAILBANKEN SIND GRÖSSTENTEILS KUNDENORIENTIERT

Die Retailbanken in der DACH-Region erweisen sich als recht kundenorientiert. So liegt der NPS (Net Promoter Score) in dieser Studie über alle Befragten hinweg bei +15. Mehrheitlich wird die Beziehung zur Bank neutral eingeschätzt, also ein Score von 7 oder 8 vergeben. Das bedeutet gleichzeitig, dass es den Banken bei 42% nicht gelingt, eine nachhaltig positive Erinnerung im Kopf des Kunden zu verankern. Bei 21% ist sogar eine nachhaltig negative Erinnerung im Kopf des Kunden verankert.

Der **NPS (Net Promoter Score)** wird berechnet durch die Differenz zwischen Promotoren und Detraktoren. Ihr Anteil wird ermittelt, indem einer repräsentativen Gruppe von Kunden die Frage gestellt wird: «Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Bank X einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen werden?» Diese wird auf einer 11er Skala von 0 bis 10 beantwortet, wobei 0 bis 6 die Nicht-Empfeher, sogenannte Detraktoren repräsentiert. 7 und 8 die Neutralen und lediglich die Werte 9 und 10 die Promotoren darstellen

Weiterempfehlung der aktuellen Hauptbank nach den Net Promoter Score (NPS) Kategorien

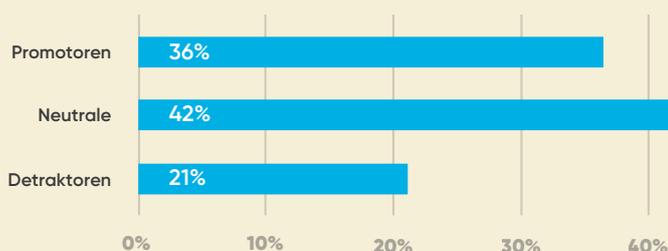


Abb. 50, NPS-Kategorien (n=1595)

Gesamthaft kann gesagt werden, dass die Generation der Babyboomer wesentlich zufriedener mit ihrer Bank ist als die anderen Generationen. Am unzufriedensten sind die Mitglieder der Generation Y. Diese haben jedoch zurzeit die meisten Bankbedürfnisse. Auch sind diejenigen Kunden wesentlich zufriedener mit ihrer Bank, die sich selbst als digital mit hohen Kenntnissen in Bezug auf E-Banking und Mobile Banking einschätzen. Auch sind Nutzer von Neobanken gesamthaft wesentlich zufriedener als die Kunden aller anderen Retailbanken. Dies liegt vor allem an niedrigen Preisen und einer überragenden UX vor allem im Mobile Banking.

In Deutschland sind die Kunden etwas weniger zufrieden mit den Retailbanken als in der gesamten DACH-Region. Der NPS liegt hier bei +13. Dabei werden Neobanken mit einem NPS von +41 als besonders kundenorientiert wahrgenommen. Gefolgt werden sie von den Grossbanken (mit einem NPS von +15). Unterdurchschnittlich performen die Sparkassen (mit einem NPS von +7) und die Volks- und Raiffeisenbanken (+4).

Ganz anders die Situation in Österreich. Hier liegt der durchschnittliche NPS mit +15 genau im Rahmen der gesamten Untersuchung. Dazu führt die Sparkassengruppe (inkl. Erster Bank) die NPS-Befragung an. Ein Wert von +30 zeigt